

СРОДКІ ПРЫЦЯГНЕННЯ ЎВАГІ ЧЫТАЧОЎ Ў ЗАГАЛОЎКАХ ГАЗЕТНЫХ ПУБЛІКАЦЫЙ

Газета — адно з важнейшых сучасных сродкаў масавай інфармацыі. Яна захоўвае сваё асобае месца ў сістэме іншых СМІ як старэйшае і незаменімае перыядычнае выданне. Сёння перыядычныя выданні вымушаны шукаць спосабы прыцягнення ўвагі чытачоў[2]. Адным з такіх спосабаў з’яўляецца заглавак.

Заглавак засяроджвае ўвагу на найбольш важных і цікавых момантах, заахвочваючы чытача азнаёміцца з тэкстам. Загалоўкі дапамагаюць яму хутка азнаёміцца са зместам нумара, зразумець, пра што паведамляюць яго публікацыі, што важна ў інфармацыі, якую яму прапануюць, што выклікае ў яго асаблівую цікавасць [3].

Аktуальнасць даследавання абумоўлена тым, што ў наш імклівы час у людзей усё менш і менш часу чытаць газеты што называецца “ад скарынкі да скарынкі”, і роля загалоўкаў шматразова ўзрастае — менавіта ад іх залежыць, будзе прачытаны матэрыял ці не.

Мэтай дадзенага даследавання з’яўляецца выяўленне розных сродкаў прыцягнення ўвагі чытачоў у газетных загалоўках; выявіць, артыкулы з якімі загалоўкамі больш прыцягваюць увагу чытачоў. Для дасягнення дадзенай мэты былі выкарыстаны наступныя метады:

- 1 метады суцэльнага выбару (сабраць газетныя загалоўкі);
- 2 метады класіфікацыі (класіфікаваць газетныя загалоўкі па выкарыстаных у іх сродках прыцягнення ўвагі);
- 3 імпірычны метады даследавання (праанкеціраваць навучэнцаў з мэтай выяўлення цікавасці да артыкула).

На аснове разгледжанага матэрыялу зроблены наступныя вывады:

- 1 У загалоўках газеты “Звязда” найчасцей сустракаюцца такія сродкі прыцягнення ўвагі як лексічныя.
- 2 Нямнога радзей сустракаліся загалоўкі, утвораныя шляхам трансфармацыі назваў мастацкіх твораў, назваў мастацкіх фільмаў і радкоў з песень і загалоўкі, утвораныя пры дапамозе стнаксічных сродкаў.
- 3 Найбольш рэдка сустракаліся назвы загалоўкаў, утвораныя пры дапамозе фанетычных, словаўтваральных сродкаў.

Што датычыць рэгіянальнай газеты “Бабруйскае жыццё”, то ў даследаваным матэрыяле найбольш пашыранае выкарыстанне апавядальных загалоўкаў, якія нясуць кароткую інфармацыю пра тэкст; загалоўкі, утвораныя шляхам пашырэння лексічнай спалучальнасці; загалоўкі, утвораныя пры дапамозе сінтаксічных сродкаў (прыём змоўчання, пыталыныя канструкцыі, клічныя канструкцыі); іншыя.

Праведзенае сярод навучэнцаў апытанне даказала, што найбольш цікавымі з’яўляюцца загалоўкі, якія ў сваёй аснове маюць назвы мастацкіх твораў і цытаты з іх, фразеалагічныя звароты, знаёмыя чытачу выразы і фразы.

ЛІТАРАТУРА

1. Гуревич, С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра / С.М. Гуревич. – М., 2004. – 288 с.
2. Іўчанкаў, В.І. Дыскур с беларускіх СМІ. Арганізацыя публіцыстычнага тэксту / В.І. Іўчанкаў. – Мінск: БДУ, 2003. – 257 с.
3. Лазарева, Э.А. Заголовок в газете / Э.А. Лазарева. – Свердловск, 1989. – 96 с.
4. Скоробогатько, В. Комикс вместо заголовка / В. Скоробогатько // Журналист. – 2004. – № 1. – С. 73–75.
5. Тертый, А.А. Заголовок – слово главное / А.А. Тертый // Журналист. – 2004. – № 1. – С. 80.

УДК 658

Учащ. Д. Гавриленко

Науч. рук. преп. И. Л. Лаптева

(филиал БГТУ «Бобруйский государственный лесотехнический колледж»)

НОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ ПОСТРОЕНИЯ ЛИНИИ ДЛЯ АВТОМАТИЧЕСКОГО ВЫПОЛНЕНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАКАЗОВ

Доля объема экспорта мебели составляет около 40%. Возникает вопрос: есть ли возможность увеличить долю экспорта мебельной продукции и среднестатистическое потребление мебели белорусами. За счет чего мы можем увеличить конкурентоспособность белорусской мебели сейчас, в условиях экономического кризиса.

Одним из путей решения проблемы может быть новый концептуальный подход к построению производства на основе автоматизированных информационных технологий и систем.